



**University of
Zurich^{UZH}**

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2019

Abstimmungsmonitor - Vorlagen vom 19. Mai 2019

Udris, Linards

Abstract: Die Steuerreform steht klarer im Fokus der Medien als die Waffenrichtlinie. Diskussionen um kantonale Umsetzungsvorlagen erhöhen die Resonanz der nationalen Vorlage. Die Steuerreform und die Waffenrichtlinie erfahren in den Medien mehr Zuspruch als Ablehnung. Dies ist typisch für Behördenvorlagen. Die Zustimmung zur Steuerreform fällt aber gerade in Kommentaren der Medien bestenfalls verhalten aus, während die Waffenrichtlinie klar befürwortet wird. Nicht alle Medien betreiben eine umfangreiche, substanzielle Berichterstattung. Vor allem Westschweizer Medien greifen stark auf Agenturbeiträge und Gastautoren zurück. Der Mangel an Ressourcen scheint den Umfang der redaktionellen Berichterstattung einzuschränken. Bei der Steuerreform gibt es in den Medien kein klares «Links-rechts»-Bild der Konfliktlager. Am meisten Resonanz erhalten SVP und SP, und dies mit ambivalenten Positionen. Kritiker der Vorlage sind Grüne und Grünliberale, und dies mit weniger Resonanz.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-178797>

Published Research Report

Published Version

Originally published at:

Udris, Linards (2019). Abstimmungsmonitor - Vorlagen vom 19. Mai 2019. Zürich: Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög).

ABSTIMMUNGSMONITOR

Vorlagen vom 19. Mai 2019

Bericht vom 15. Mai 2019

Steuerreform



Waffenrichtlinie



STEUERRE- FORM MEHR IM FOKUS

Die Steuerreform steht klarer im Fokus der Medien als die Waffenrichtlinie. Diskussionen um kantonale Umsetzungsvorlagen erhöhen die Resonanz der nationalen Vorlage.

VERHAL- TENE BIS KLARE ZU- STIMMUNG

Die Steuerreform und die Waffenrichtlinie erfahren in den Medien mehr Zuspruch als Ablehnung. Dies ist typisch für Behördenvorlagen. Die Zustimmung zur Steuerreform fällt aber gerade in Kommentaren der Medien bestenfalls verhalten aus, während die Waffenrichtlinie klar befürwortet wird.

REDUZIERTER BERICHTER- STATTUNG

Nicht alle Medien betreiben eine umfangreiche, substantielle Berichterstattung. Vor allem Westschweizer Medien greifen stark auf Agenturbeiträge und Gastautoren zurück. Der Mangel an Ressourcen scheint den Umfang der redaktionellen Berichterstattung einzuschränken.

UNKLARER KONFLIKT

Bei der Steuerreform gibt es in den Medien kein klares «Links-rechts»-Bild der Konfliktlager. Am meisten Resonanz erhalten SVP und SP, und dies mit ambivalenten Positionen. Kritiker der Vorlage sind Grüne und Grünliberale, und dies mit weniger Resonanz.

ANMERKUNGEN UND KONTAKT

Der Abstimmungsmonitor des fög wurde Anfang 2013 erstmals lanciert und erfasst die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge im Vorfeld von eidgenössischen Volksabstimmungen. Die Ergebnisse werden auf der Website des fög publiziert. Der Abstimmungsmonitor des fög wird aus eigenen Mitteln finanziert.

Kontakt:
Dr. Linards Udris
fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich
linards.udris@foeg.uzh.ch
+41 44 635 21 17
www.foeg.uzh.ch

INHALT

Überblick	2
Steuerreform	5
Waffenrichtlinie	7
Methode	9

Überblick

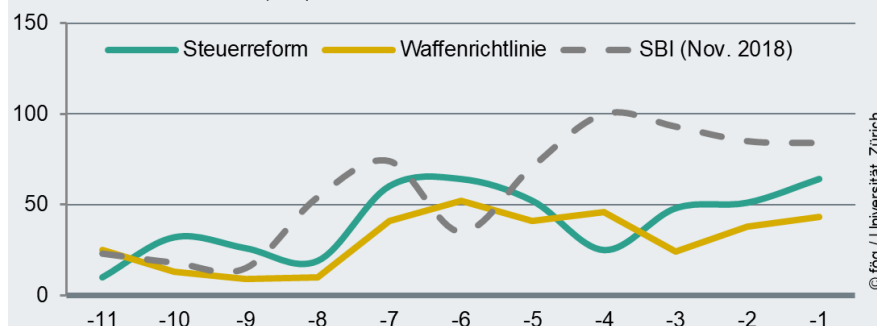
In der Schweizer Medienarena wird über die beiden Abstimmungsvorlagen unterschiedlich intensiv berichtet (Abb. 1). Die Steuerreform (Staf) (57%) findet einiges mehr Medienbeachtung als die Waffenrichtlinie (43%). Was die Tonalität betrifft, zeigt die Zustimmung zu den beiden Vorlagen ein bekanntes Muster. Denn in der Regel überwiegt in den Medien gegenüber Volksinitiativen Kritik, während Behördenvorlagen auf Zustimmung stossen.

STEUERREFORM ALS LEAD-VORLAGE

Die Steuerreform ist die «Lead»-Vorlage; die Resonanz Steuerreform fällt überdurchschnittlich aus. Die Zersiedelungsinitiative (Februar 2019) als einzige Vorlage am Abstimmungstag oder die Fair-Food-Initiative als «Lead»-Vorlage (September 2018) hatten nur rund zwei Drittel so viel Resonanz erzielt. Die Steuerreform wird allerdings längst nicht so intensiv thematisiert wie die Selbstbestimmungsinitiative, die klare «Lead»-Vorlage im November 2018 – die Resonanz der SBI war rund 50% höher als aktuell die Resonanz der Steuerreform. Die Resonanz der Waffenrichtlinie ist zwar einiges tiefer, aber immerhin ähnlich wie bei der Zersiedelungsinitiative und bei «Fair Food» und deshalb ebenfalls (leicht) überdurchschnittlich. Die höhere Beachtung für die Steuerreform und die geringere Beachtung für die Waffenrichtlinie passen nur teilweise ins Bild. Aus einer vergleichenden Studie wissen wir, dass Abstimmungsvorlagen unterschiedlich stark beachtet werden und dass es für diese Unterschiede bestimmte Gründe gibt. Mehr Resonanz gibt es, wenn folgende Faktoren zutreffen: mehr Medienresonanz schon im

ABB. 2 | RESONANZ PRO WOCHE

Resonanz pro Woche: Vorlagen im Vergleich
25.02.2019 – 12.05.2019 (Steuerreform und Waffenrichtlinie)
03.09.2018 – 18.11.2018 (SBI)



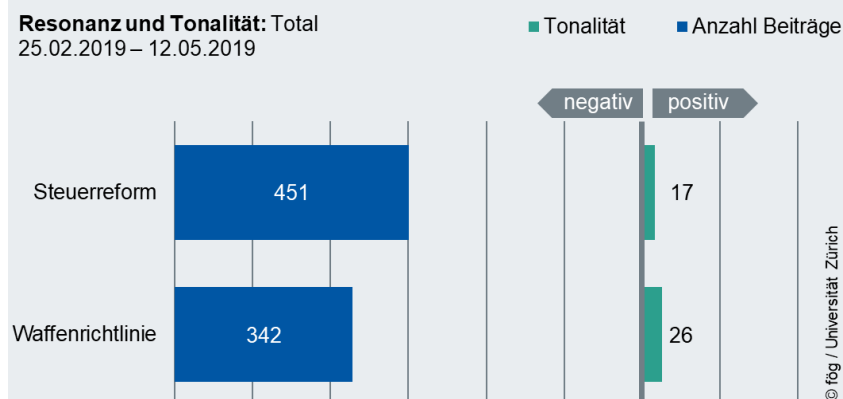
Die Abbildung zeigt die Beachtung für die zwei Abstimmungsvorlagen (Anzahl Medienbeiträge) im Wochenverlauf sowie im Vergleich zur Selbstbestimmungsinitiative vom 25.11.2018. Der Startpunkt ist jeweils knapp 12 Wochen vor Abstimmungsdatum, der Endpunkt eine Woche vor Abstimmungsdatum (n = 1445 Beiträge).

active und bei «Fair Food» und deshalb ebenfalls (leicht) überdurchschnittlich. Die höhere Beachtung für die Steuerreform und die geringere Beachtung für die Waffenrichtlinie passen nur teilweise ins Bild. Aus einer vergleichenden Studie wissen wir, dass Abstimmungsvorlagen unterschiedlich stark beachtet werden und dass es für diese Unterschiede bestimmte Gründe gibt. Mehr Resonanz gibt es, wenn folgende Faktoren zutreffen: mehr Medienresonanz schon im

Vorfeld, mehr Werbemittel während des Abstimmungskampfes, «Identitäts»-Vorlage statt wirtschaftspolitische Vorlage, populistisch aufgeladene Vorlage. Die Befunde zur Steuerreform respektive zur Waffenrichtlinie weisen auf zwei dieser Faktoren hin. Als identitätspolitische, stärker populistisch aufgeladene Vorlage wäre aber eine stärkere Resonanz der Waffenrichtlinie zu erwarten gewesen. Allerdings passt, dass die Steuerreform bereits im «Vorfeld» viel Aufmerksamkeit gefunden hatte, und zwar weil die «Vorgänger»-Vorlagen USR III (Februar 2017) und AV2020 (September 2017) damals stark beachtet worden waren. Ebenfalls passt, dass die Inserate-Häufigkeit bei der Steuerreform viel höher ist als bei der Waffenrichtlinie, wie eine Analyse von Année politique Suisse zeigt. Die Steuerreform (Staf) als resonanzstärkste Abstimmungsvorlage erfährt mehr Zuspruch als Kritik (Abb. 1). Der Tonalitätswert von +17 ist im positiven Bereich. Für eine Behördenvorlage ist die Tonalität damit schwach positiv. Andere Behördenvorlagen wie zum Beispiel zu den Velowegen (+40), die Einbürgerungs-Vorlage oder der Nationalstrassen-Fonds (beide im Februar 2017) waren auf klar mehr Zustimmung

ABB. 1 | RESONANZ & TONALITÄT

Resonanz und Tonalität: Total
25.02.2019 – 12.05.2019



Die Darstellung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 793 Beiträge).

gestossen. Ein Vergleich mit den «Vor-gänger»-Vorlagen der Steuerreform ist wegen des nicht ganz identischen Mediensamples nur eingeschränkt möglich: Mit diesem groben Vergleich zeigt sich, dass die Tonalität gegenüber der Steuerreform (+17) etwas positiver ausfällt als gegenüber der USR III (+13) und klar positiver als gegenüber der Altersvorsorge 2020 (+1), die beide letztlich an der Urne gescheitert waren. Zudem entwickelt sich die Tonalität bei der Steuerreform in den letzten Wochen klar in eine positive Richtung.

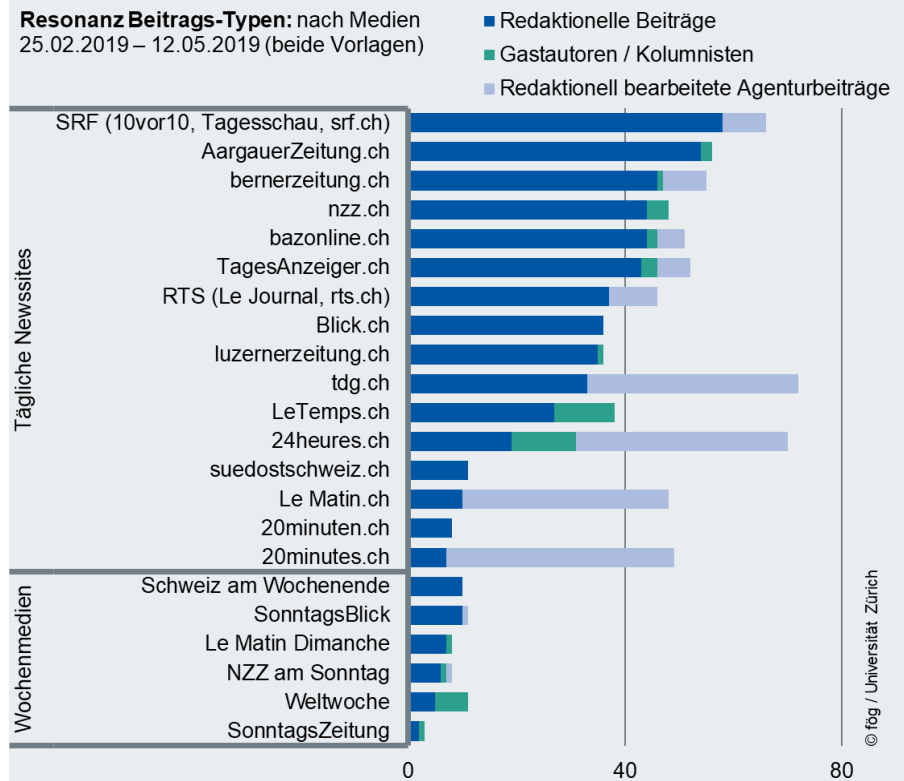
Die Tonalität gegenüber der Waffenrichtlinie ist im eindeutig positiven Bereich (+26). Vergleicht man das Referendum mit anderen Referenden, an denen rechtsbürgerliche Akteure massgeblich beteiligt waren, fällt die positivere Tonalität auf. Denn sowohl das Referendum gegen das Energiegesetz (Mai 2017), das Geldspielgesetz (Juni 2018) oder auch gegen AV2020 (September 2017) hatten medial erfolgreicher Kritik an den Behördenvorlagen eingebracht.

TYPISCHE DYNAMIKEN

Die Berichterstattung über die anstehenden Abstimmungsvorlagen setzt rund zwei Monate vor Abstimmungsdatum richtig ein und erreicht rasch einen ersten Höhepunkt (Abb. 2). Dies ist ein typisches Muster. Eine solche Dynamik kommt oftmals so zustande, dass dann wichtige Komitees ihren Abstimmungskampf lancieren. Dies ist auch bei der Steuerreform der Fall, als Ende März eine Allianz aus Politik und Wirtschaft den Abstimmungskampf «lanciert» (SRF Tagesschau, 26.3.) – und ebenso Ende März bei der Waffenrichtlinie, als sich die Befürworter aktiv einschalten.

Typisch ist auch, dass nach diesem ersten Resonanzhöhepunkt die Berichterstattung nicht nochmals stark ansteigt. Anders als bei der Selbstbestimmungsinitiative, bei der sich einen Monat vor dem Urnengang die Diskussion intensiviert, verläuft die weitere Berichterstattung über die Steuerreform und die Waffenrichtlinie relativ kontinuierlich und in «geordneten Bahnen». Das heisst, die Medien thematisieren im Routinemodus die verschiedenen Parolen und Positionen, leuchten selber verschiedene Aspekte der Vorlagen aus und besprechen die Umfrageergebnisse. Wirklich überras-

ABB. 3 | RESONANZ NACH BEITRAGS-TYP



Die Abbildung zeigt pro Medium die Anzahl Beiträge nach Beitrags-Typen. Um die redaktionellen Leistungen besser sichtbar zu machen, sind die Medien nach der Anzahl redaktioneller Beiträge sortiert. Daneben sind Beiträge von Gastautoren und Kolumnisten und redaktionell bearbeitete Agenturbeiträge abgebildet (n = 793).

schende Aspekte und Ereignisse, die zu weiterer intensiver Kommunikation führen würden, lassen sich kaum finden.

NUR TEILWEISE EIGENSTÄNDIGE LEISTUNGEN

Wie schon bei den letzten paar Vorlagen besteht die Medienberichterstattung nur teilweise aus wirklich eigenständigen Berichten und Rechercheleistungen. Denn ein substanzieller Teil der Berichterstattung besteht aus redaktionell (leicht) bearbeiteten Agenturmeldungen (25%) sowie der Veröffentlichung von Kommentaren von Gastautorinnen und Kolumnisten (6%). Redaktionelle Eigenleistungen sind besonders bei Medien der Suisse romande geringer (Abb. 3). 20minutes.ch und lematin.ch bestreiten mehr als zwei Drittel ihrer Berichterstattung mit der Veröffentlichung von SDA-Berichten, die vom zentralen News-Büro von Tamedia («nxp») bearbeitet werden; bei tdg.ch und 24heures.ch ist es rund die Hälfte der Berichterstattung. Letemps.ch wiederum pflegt eine Berichterstattung,

die in rund 25% von Gastautoren und Kolumnisten gemacht wird. Deshalb ist der Umfang von redaktionellen Berichten in den Medien der Suisse romande kleiner als in den Medien der Deutschschweiz. Was das Volumen der Abstimmungsberichterstattung betrifft, erhalten Mediennutzerinnen in der Suisse romande also weniger Informationen als in der Deutschschweiz.

Vermutlich sind diese eingeschränkten redaktionellen Leistungen gerade in den (privaten) Medien der Suisse romande Ausdruck von knappen Ressourcen in den Redaktionen. Für dieses Ressourcen-Argument spricht auch der Blick in die Deutschschweiz: Dort ist es nun regelhaft die suedostschweiz.ch, die von den (bezahlpflichtigen) täglichen Newsites mit Abstand am wenigsten redaktionelle Beiträge veröffentlicht. Es ist plausibel anzunehmen, dass dies daran liegt, dass die Südostschweiz sich seit dem Ende der Partnerschaft mit AZ Medien keine Bundeshausredaktion mehr leistet. Die umfangreichste redaktionelle Bericht-

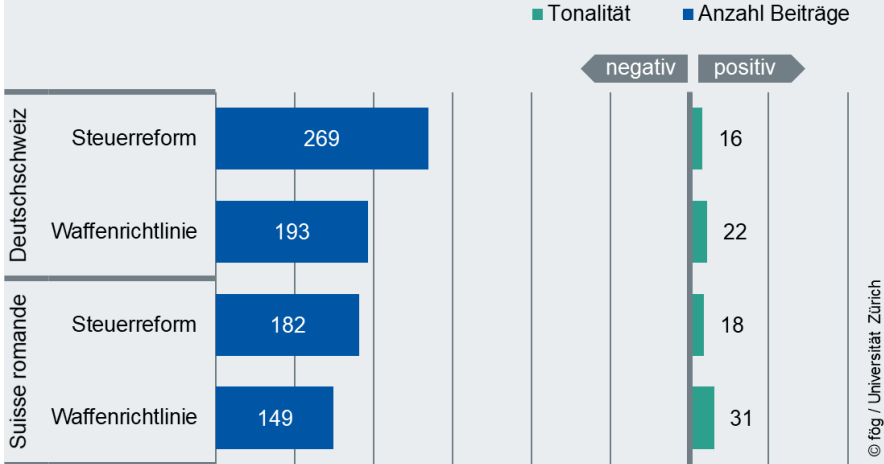
erstattung bieten neben aargauerzeitung.ch und nzz.ch die Informationsgefässe von SRF, die schmalste redaktionelle Berichterstattung die Newssites der Pendlermedien. Eine umfangreiche Berichterstattung pflegen auch die Titel der Tamedia-Zentralredaktion (hier: baslerzeitung.ch, bernerzeitung.ch, tagesanzeiger.ch), wobei die drei Titel rund 90% ihrer redaktionellen Berichte miteinander teilen. Auch die Titel von CH Media (hier: aargauerzeitung.ch und luzernerzeitung.ch) berichten substanziell, wobei hier etwas mehr als die Hälfte der Beiträge untereinander oder mit anderen Medien von CH Media wie watson.ch geteilt wird; darüber hinaus legt die aargauerzeitung.ch eigene, regionale Schwerpunkte, zum Beispiel auf die Situation im Kanton Solothurn (kantonale Abstimmung zur Steuervorlage), und setzt diese in Beziehung zur nationalen Abstimmung.

SPRACHREGIONEN RELATIV ÄHNLICH

Die beiden Sprachregionen ähneln sich in der Resonanz und in der Tonalität. In beiden Sprachregionen erzeugt die Steuerreform mehr Resonanz als die Waffenrichtlinie (Abb. 4). In beiden Sprachregionen ist die Zustimmung zur Waffenrichtlinie stärker ausgeprägt als zur Steuerreform. Dass sich die Medien in beiden Sprachregionen so stark ähneln, ist überhaupt nicht aussergewöhnlich. Aber es ist auch nicht selbstverständlich. Denn oft zeigt sich in den Daten, dass in den Medien der Suisse romande weniger stark auf rechtsbürgerliche Positionen wie in der Deutschschweiz reagiert wird. Dazu passt nun der Befund, dass die Zustimmung zur Waffenrichtlinie in der Suisse romande höher ausfällt (+31) als in der Deutschschweiz (+22).

ABB. 4 | RESONANZ UND TONALITÄT: SPRACHREGIONEN

Resonanz und Tonalität: nach Sprachregionen
25.02.2019 – 12.05.2019



Die Darstellung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge über die zwei Abstimmungsvorlagen in beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 793 Beiträge).



Steuerreform

Bei zwei Drittel der untersuchten Medientitel ist die Steuerreform die Lead-Vorlage, besonders klar bei den Informationsformaten von SRF und RTS sowie bei nzz.ch, letemps.ch und luzernerzeitung.ch. In den Gratis- und Boulevardmedien sowie in der Weltwoche ist die Resonanz der Steuerreform gegenüber der Waffenrichtlinie schwächer.

VERHALTENE ZUSTIMMUNG

Bei der grossen Mehrheit der Medien stösst die Steuerreform auf (verhaltene) Zustimmung, d.h. die Tonalitätswerte bewegen sich eindeutig im positiven Bereich (höher als +10) (vgl. Abb. 5). Allerdings ist bei vielen Medien die Tonalität nicht so positiv wie gegenüber vielen Behördenvorlagen, die deutlich höhere Tonalitätswerte erzielen. Bei sieben Titeln ergibt sich in der Summe jeweils eine ambivalente (zwischen -10 und +10) oder eine negative Tonalität (tiefer als -10), wobei bei manchen Medien die Tonalität

tät wegen der geringen Fallzahlen vorsichtig interpretiert werden muss.

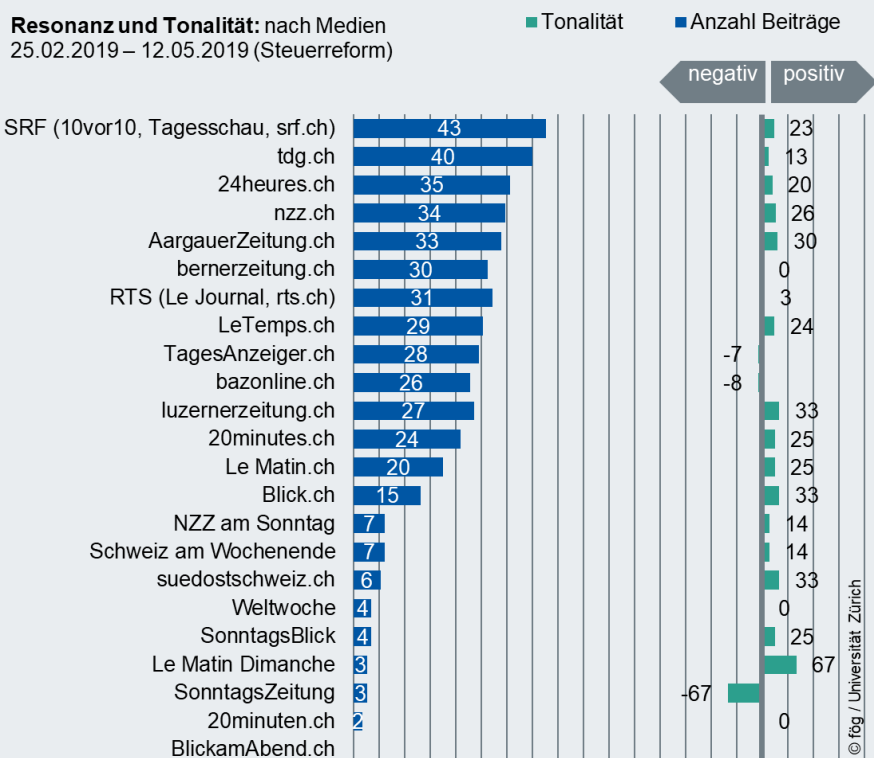
Dass die Zustimmung nur verhalten ausfällt, zeigt sich in der Medienberichterstattung an zwei Punkten: Erstens wird die nationale Vorlage immer wieder mit den kantonalen Umsetzungsvorlagen verknüpft. Aussagen legen eine Zustimmung zur nationalen Steuerreform nahe – aber beschränken gleichzeitig die Zustimmung darauf, wenn auch die entsprechende kantonale Umsetzungsvorlage passt. In den Medien ergibt sich so das Bild eines «Ja, aber nur unter Bedingungen». Zweitens überwiegt bei den Pro-Argumenten letztlich eine TINA-Rhetorik («there is no alternative»). Im Prinzip wird der «Kuhhandel» mit der Verknüpfung von Unternehmenssteuern und AHV-Finanzierung kritisiert und als «notwendiges Übel» bezeichnet (srf.ch, 8.5.), doch die Alternativen – mögliche Abwanderung von Firmen, das Erscheinen auf der schwarzen Liste der OECD, das Defizit in der AHV – seien schlimmer (nzz.ch,

1.3.; nzz.ch, 8.3.; tdg.ch, 3.5.). Es gelte nun, die «Kröten» zu schlucken (nzz.ch, 10.5.; ähnlich blick.ch, 3.5.). Zudem gehöre der «Kuhhandel» zum politischen Geschäft; eine prominente Kritikerin des «Kuhhandels», Alt-Nationalrätin Vreni Spörri, würde ihren eigenen «Mega-Kuhhandel» aus den 1990er Jahren verdrängen (CH Media, 2.5.). Trotzdem: Aufs Ganze gesehen finden positive Bewertungen wie «bestmöglicher Kompromiss» (tagesanzeiger.ch, 3.5.), «vernünftiger Kompromiss» (srf.ch, 4.5.), «compromis équitable» (20minutes.ch, 19.3.) breite Resonanz. Das Finden von Kompromissen sei schliesslich die Aufgabe des Parlaments (Weltwoche, 11.4.). Als sinnvoll wird der «fein austarierte Instrumentenkasten» bezeichnet, der den verschiedenen Kantonen in der Unternehmensbesteuerung zur Verfügung steht (nzz.ch, 1.3.). Und im Unterschied zur USR III sei die Wirtschaft mittlerweile bereit gewesen, Konzessionen etwa bei der Dividendenbesteuerung zu machen (24heures, 2.5) und keine «Steuergeschenke» an die Unternehmen zu verteilen, und die AHV-Zusatzfinanzierung Sorge für den nötigen sozialen Ausgleich. Die Steuerreform sei deshalb «doch mehr als alter Wein in neuen Schläuchen» (srf.ch, 4.5.).

SKEPSIS UND KRITIK EHER IN KOMMENTAREN

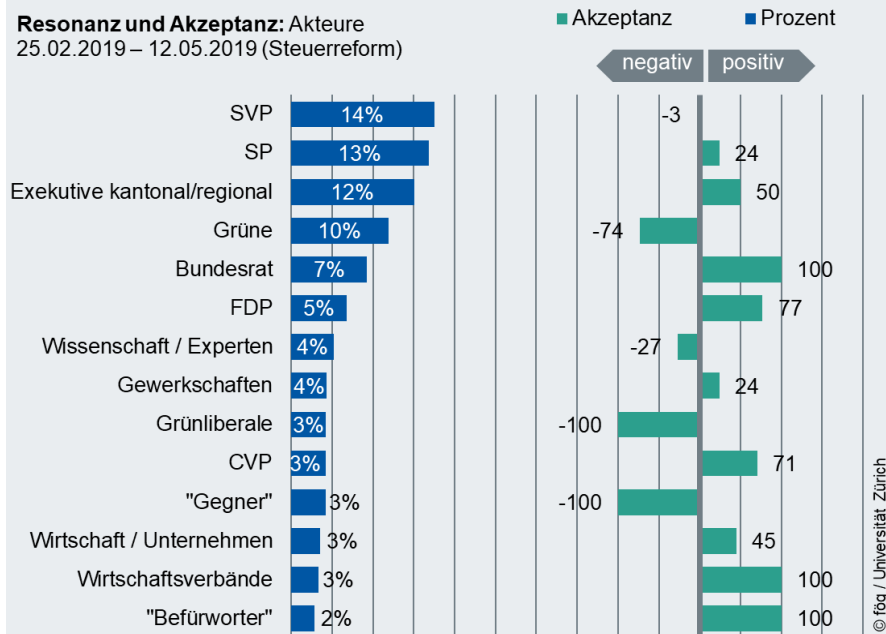
Die positive Tonalität kommt stärker durch die Akteure zustande, die in den Medien zu Wort kommen, als durch die Medien selbst. Wenn die Medien selber kommentieren und bewerten, ist die Tonalität nur knapp positiv (+8), während in Beiträgen mit akteursbestimmter Tonalität die Zustimmung höher ausfällt (+19). Auch in Medien, die insgesamt positiv über die Steuerreform berichten, gibt es klare Kritik von Seiten der Redakteure. Grundsätzlich wird beklagt, dass der «Kuhhandel» mit der Verknüpfung der Steuer- und der Rentenreform (AHV) die «Einheit der Materie» verletzt sei und die Stimmbürgerinnen nicht mehr adäquat ihre Präferenzen auf den Stimmzettel übertragen könnte (nzz.ch, 10.4.). Zudem wird die Kompensation der Steuereinnahmen durch Mehrleistungen in der AHV als «Etikettenschwindel» bezeichnet (nzz.ch, 27.3.).

ABB. 5 | RESONANZ UND TONALITÄT: MEDIEN



Die Darstellung zeigt die Resonanz und die Tonalität, welche die Steuerreform pro Medium erzielt. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 451 Beiträge).

ABB. 6 | RESONANZ UND TONALITÄT: AKTEURE

Resonanz und Akzeptanz: Akteure
25.02.2019 – 12.05.2019 (Steuerreform)

Legende: Die Darstellung zeigt die bedeutendsten Akteure, die in den untersuchten Medien zur Steuerreform Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 712 Aussagen).

Vor allem die Deutschschweizer Tamedia-Mantelredaktion pflegt eine Berichterstattung, die in der Summe kontradiktorisch und im Vergleich zu den meisten Medien kritischer ist. Auf den konkreten Abstimmungskampf bezogen, speist sich die von der Redaktion selbst vorgebrachte Kritik sowohl von eher linken als auch eher rechten Argumenten. Die Mantelredaktion verwendet beispielsweise einerseits wirtschaftskritische Argumente und problematisiert, dass Unternehmen einen zu geringen Beitrag leisten würden und die Reform letztlich auf Kosten der Allgemeinheit gehe. So weist sie schon im März 2019 darauf hin, dass Waadtländer Gemeinden unter der bereits erfolgten (kantonalen) Steuerreform «ächzen» (10.3.), oder kommentiert, dass «die Wirtschaft» «viel vom Schweizer Stimmbürger» wolle, ohne sich beispielsweise bei den Managerlöhnen zu beschränken (23.3.). Andererseits gibt es wirtschaftsliberale Argumente; wegen des angepassten Finanzausgleichs würde die Steuerreform den Kantonen sogar Fehlanreize setzen und diese hätten kein Interesse an einer attraktiven Steuerpolitik (15.4.). Damit verbunden sind Vorwürfe an die Behörden, im Abstimmungskampf «mit fragwürdigen Berechnungsmethoden» zu operieren (15.4.).

FOKUS AUF DIE KONTROVERSEN POSITIONEN

Am meisten präsent in den Medien sind SVP (14%) und SP (13%), und diese erscheinen in den Medien in der Summe mit ambivalenten oder kontroversen Positionen (Abb. 6). Bei der SVP (-3) liegt dies auch daran, dass die Partei selbst offiziell die Stimmfreigabe ausgegeben hat. Bei der SP ist die Akzeptanz zwar insgesamt positiv (+24), doch für eine Partei, die offiziell die Vorlage befürwortet, wäre eine stärkere Akzeptanz nicht überraschend. Dass die Akzeptanz bei der SP nicht höher ausfällt, liegt daran, dass in den Medien die SP immer wieder mit Kritik an den kantonalen Umsetzungsvorlagen vorkommt. Diese kantonalen Vorlagen sind zwar rechtlich nicht Teil der nationalen Steuerreform, doch medial werden die kantonalen Vorlagen mit der nationalen Vorlage verknüpft. So wird der SP unter anderem vorgeworfen, sie würde mit ihrer Zustimmung zur Steuerreform und ihrer Kritik an den kantonalen Umsetzungen ein «doppeltes Spiel» spielen (NZZ am Sonntag, 14.4.).

Zuspruch erhält die Steuervorlage im wesentlichen von Vertretern der Kantone und Gemeinden (12%, +51) und vom Bundesrat (7%, +100). Die Zustimmung anderer Akteu-

re fällt beschränkter aus, entweder weil sie – wie die Gewerkschaften (4%, +24) – nicht ausschliesslich mit positiven Voten zu Wort kommen oder – wie die Unternehmen (3%) und Wirtschaftsverbände (3%) – für ihre Verhältnisse in den Medien nicht sonderlich stark präsent sind. Angesichts dessen, dass sie laut nzz.ch (27.3.) angeblich die «Mutter des Kuhhandels» ist, findet die CVP nur schwache Resonanz (3%, +71). Auf der anderen Seite können sich in erster Linie die Grünen (10%, -74) und teilweise auch die Grünliberalen (3%, -100) als Gegner der Vorlage ein gewisses Profil verschaffen.

UNKLARER KONFLIKT

In der Medienberichterstattung lässt sich kein klares Bild eines bekannten Konflikts beobachten. Dies wird deutlich, wenn man die Akteursresonanz vergleicht mit der [USR III](#) und der [Altersvorsorge 2020](#), zu denen wir ebenfalls Analysen durchgeführt haben. Denn sowohl bei der USR III (SP) als auch bei der AV2020 (FDP und Jungfreisinnige) waren jeweils die offiziellen resp. klaren Gegner auch an der Spitze der Medienresonanz gestanden, und zwar gegen Kantone und FDP (USR III) respektive gegen SP und Bundesrat (AV2020). Dies ist bei der aktuellen Steuerreform nicht der Fall. Und während bei der USR III und bei der AV2020 insgesamt der Konflikt (auch) als «Links-rechts»-Konflikt medial vermittelt wird und die grossen, bekannten Akteure präsent sind, passt die Konflikt-Darstellung bei der Steuerreform nicht ins bekannte Bild. Erstens können Grüne und Grünliberale als Kritiker die Resonanz nicht annähernd so prägen wie damals die SP respektive die FDP. Zweitens sind Grüne und Grünliberale nun einem sozial- und wirtschaftspolitischen Feld präsent, für das sie als grüne Parteien historisch gesehen weniger bekannt sind. Drittens sind Wirtschaftsakteure bei der Steuerreform weniger präsent (insgesamt 6%) als damals bei der USR III (9%) und der AV2020 (9%). Kurz: Der medial vermittelte Konflikt ist unklar und in den Medien scheint sich nun der «Kompromiss» respektive «Kuhhandel» niederzuschlagen, der sich durch die Verknüpfung von zwei verschiedenen Themenfeldern ergibt und zu neuen, überraschenden und vermeintlich widersprüchlichen Positionierungen führt.



Waffenrichtlinie

Nur bei einem Drittel der untersuchten Medientitel ist die Waffenrichtlinie die Lead-Vorlage, nämlich bei den Gratis- und Boulevardmedien sowie in der Weltwoche. Verbunden mit den Tonalitätswerten, lässt sich vermuten, dass für die Weltwoche die Waffenrichtlinie stärker ins publizistische Profil passt, mit dem identitätspolitische Vorlagen regelhaft intensiver und mit einer klaren Positionierung thematisiert werden. Für die Gratis- und Boulevardmedien ist die Waffenrichtlinie vermutlich das emotionalere und einfacher darzustellende Thema. Dazu passt, dass Gratis- und Boulevardmedien eher auf die Waffen selbst fokussieren und vermeintlich spannende Figuren und Typen darstellen, z.B. traditionelle Schützen und junge schießende Frauen. Der Reiz und das Bedrohliche von Waffen und die Emotionalität des Themas zeigen sich etwa daran, dass 20minuten.ch ein eigene kurze Video-Reportage im Schiesskeller produziert, in der die junge Journalistin beim Schiessen gefilmt wird und

sie betont, dass sie bisher noch nie ein Gewehr in der Hand gehabt hätte (20minuten.ch, 10.5.).

ZUSPRUCH IN DEN MEISTEN MEDIEN

Bei der grossen Mehrheit der untersuchten Medien, die über die Waffenrichtlinie berichten, ist die Tonalität klar positiv (Abb. 7). Die Weltwoche ist das einzige Medium, das einigermaßen resonanzstark Kritik an der Waffenrichtlinie übt. (Die negative Tonalität in der NZZ am Sonntag kommt dadurch zustande, dass in einem grossen Portrait die Gegner der Waffenrichtlinie die Möglichkeit erhalten, ihre Position zu erläutern.)

Der Zuspruch kommt nicht nur von den Akteuren, die in den Medien zu Wort kommen (vgl. Abb. 8), sondern auch von den Medien selbst. In der Tat ist die Tonalität sogar etwas positiver, wenn die

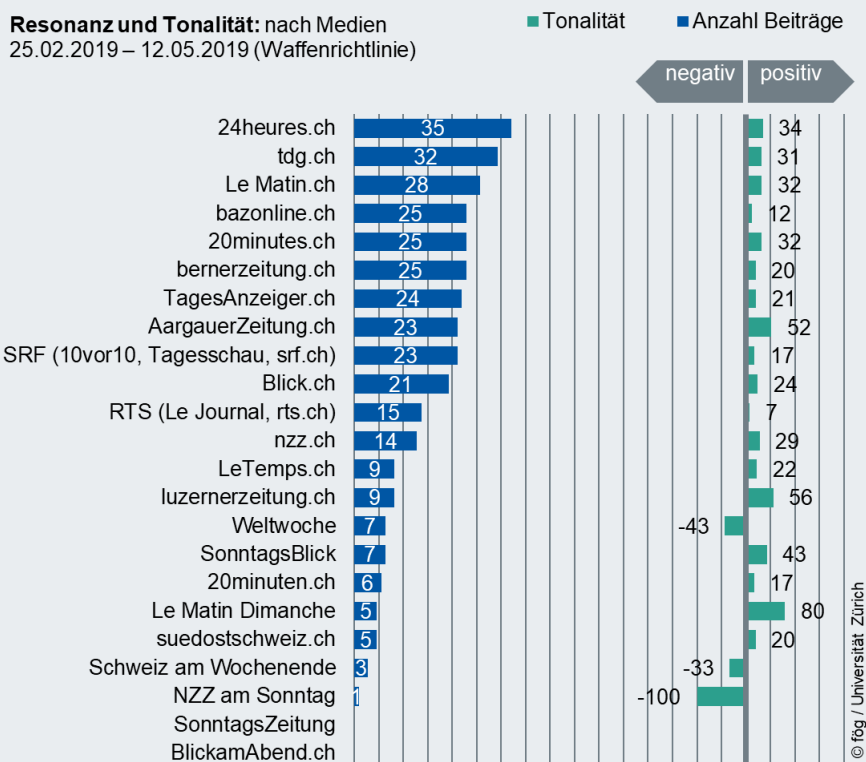
Medien selbst die Tonalität bestimmen (z.B. bei Kommentaren) (+33), als wenn Akteure relativ ungefiltert ihre Positionen einspeisen (+24).

Die Medien sprechen sich zum Teil explizit gegen die von den Gegnern angeblich verwendete Emotionalisierung und Dramatisierung aus, die sich an der Fokussierung auf eine vermeintliche «Entwaffnung» durch die EU zeige. Medien halten fest, dass bei einer nüchternen Betrachtungsweise die Änderungen im Waffenrecht minim sein und dass ein Ja zur Waffenrichtlinie den Verbleib der Schweiz in der Schengenzone garantiere (letemps.ch, 1.4.). Schengen wiederum sei wichtig für die Sicherheit der Schweiz (z.B. Teilnahme am Fahndungssystem) und bringe ökonomische Vorteile, so wenn ausländische Touristen mit Schengen-Visa auch die Schweiz besuchen könnten (aargauerzeitung.ch, 6.5.). In einem weiteren Teil der Berichterstattung werden die Gegner der Waffenrichtlinie von den Medien selbst unvoreilhaft dargestellt. Besonders auf blick.ch erscheinen Beiträge, die die Glaubwürdigkeit der Gegner untergraben können. Einem hochrangigen Militär-Angehörigen wird vorgeworfen, (unerlaubte) Abstimmungspropaganda zu betreiben (30.3.). Ein Abstimmungsplakat der Gegner wird heftig dafür kritisiert, ein Verbot der auf dem Plakat abgebildeten Waffen zu suggerieren, obwohl laut Bundespolizei die neue Waffenrichtlinie diese Waffentypen gar nicht betreffe (13.4.). Und die «Waffenfreunde» werden dafür kritisiert, dass sie ein Opfer des Amoklaufs von Zug «verspotten» würden (23.4.).

NUR VEREINZELT KRITIK

Nur in der Weltwoche ist die Tonalität im klar negativen Bereich. (Die negativen Tonalitätswerte in der Schweiz am Wochenende sowie in der NZZ am Sonntag sind wegen der geringen Fallzahlen nur bedingt aussagekräftig.) Kritik an der Waffenrichtlinie kommt in der Weltwoche etwa durch ein längeres Portrait zum Tragen, indem eine junge Büchsenmacherin zentrale Kontra-Argumente ver-

ABB. 7 | RESONANZ UND TONALITÄT: MEDIEN



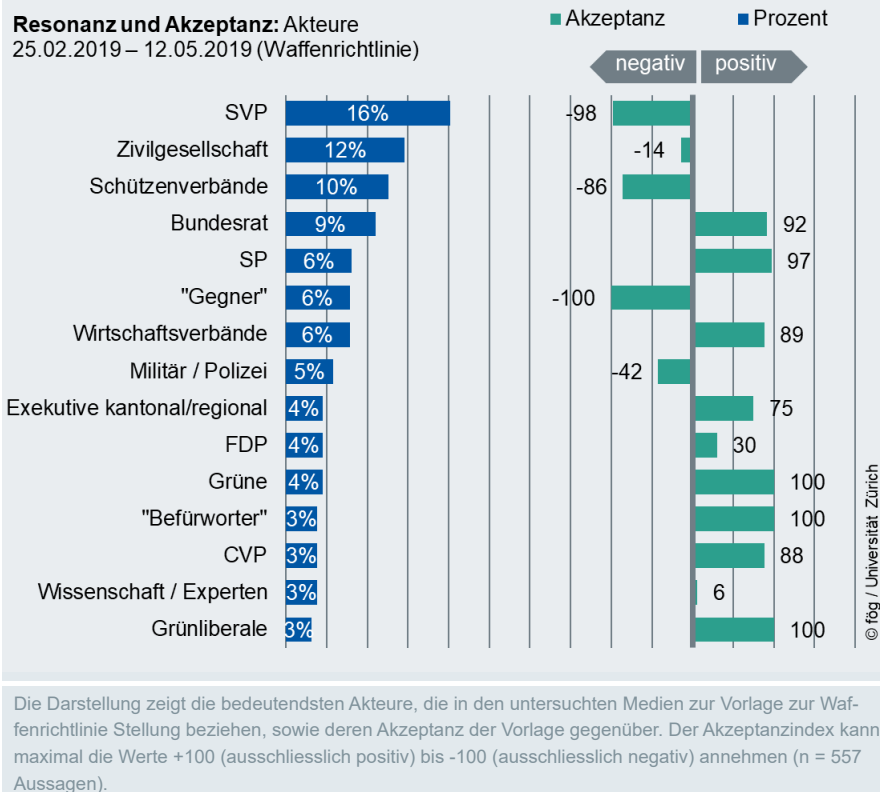
Legende: Die Darstellung zeigt die Resonanz und die Tonalität, welche die Waffenrichtlinie pro Medium erzielt. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 342 Beiträge).

mitteln darf: So gebe es «keinen sachlichen Grund, das Diktat aus Brüssel zu übernehmen». Die Waffenrichtlinie führe zu viel mehr Bürokratie und die Angst vor einem Ausschluss der Schweiz aus dem Schengen-Verbund sei unbegründet (Weltwoche, 9.5.). Zudem hätte die Schweiz auch ohne Schengen-Mitgliedschaft Zugriff auf internationale Fahndungssysteme (Weltwoche, 9.5.).

SVP UND SCHÜTZEN GEGEN ALLE

Die wichtigsten Kritiker der Behördenvorlage, allen voran die SVP (17%) und diverse Schützenverbände (9%), sind medial am meisten präsent, finden aber von anderen Akteuren kaum Zuspruch. Dies ist typisch für die Berichterstattung über ein Referendum. Untypisch ist aber, dass nicht die offizielle Referendums-Organisationen – die Schützenverbände – die Resonanz dominieren, sondern die SVP. Die Annahme, die SVP sei «bisher kaum in Erscheinung» getreten und würde womöglich eine «Steilvorlage» im «Wahljahr» verpassen (nzz.ch, 2.4.), lässt sich mit Blick auf die Resonanz nicht bestätigen. (Es ist natürlich möglich, dass die Resonanz der SVP und der Waffenrichtlinie ganz generell noch höher ausfallen würde, wenn die Partei einen intensiveren Abstimmungskampf betrieben hätte.) Zuspruch erhalten die Befürworter, was das mediale Bild betrifft, von einzelnen Polizisten, der Schweizerischen Offiziersgesellschaft und – in den Medien zum Teil in skandalisierender Form – von einem «Brigadier auf Abwegen» (SonntagsBlick, 24.3.). Die allermeisten Akteursgruppen kommen aber mit zustimmenden Voten zur Waffenrichtlinie zu Wort. Allen voran der Bundesrat (9%, +91), die Wirtschaftsverbände (7%, +89) und die SP (6%, +94) positionieren sich als klare Befürworter. Auffallend ist schliesslich, dass zivilgesellschaftliche Akteure in den Medien eine relativ wichtige Rolle spielen. Denn von wenigen Ausnahmen abgesehen – z.B. «No Billag» oder Durchsetzungsinitiative – hat die «Zivilgesellschaft» in den Abstimmungskämpfen keine grosse Bedeutung. Doch anders als bei «No Billag» oder der Durchsetzungsinitiative gibt es bei der Waffenrichtlinie keine klare Positionierung «der» Zivilgesellschaft. Stattdessen sind gleichmässig sowohl Gegner als auch Befürworter präsent. Waffenhändler und Hobby-Schützen kommen zu Wort, und auch NGOs oder Opfer von Schusswaffen erhalten Resonanz (z.B. nzz.

ABB. 8 | RESONANZ UND TONALITÄT: AKTEURE



ch, 10.5.). Typisch sind ausgewogene, aber auch kritische Reportagen und Portraits «im Schiesskeller» (bazonline.ch, 28.4.), die herausfinden möchten, «wie sie ticken», die «Waffenfreunde» oder «Narren» (blick.ch, 30.3.). Dabei fokussieren die Medien immer wieder darauf, dass auch Frauen zu den Schützen und damit zu den Gegnerinnen der Waffenrichtlinie gehören (z.B. «Les fusils et les femmes», letemps.ch, 15.4.; «La femme, la nouvelle arme du lobby du tir», letemps.ch, 1.4.).

Methode

AUSWAHL DER BEITRÄGE

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 25. Februar 2019 bis 12. Mai 2019 erschienen sind. Es wurden 721 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag zwei Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden konnten (Steuerreform: n = 451; Waffenrichtlinie: n = 342). Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») wurden nicht berücksichtigt.

TONALITÄT DER BEITRÄGE

Die Akzeptanz gegenüber den Abstimmungsvorlagen wird über die Tonalität gemessen, die sich im Artikel insgesamt beobachten lässt. Dabei wird zwischen einer «positiven», einer «negativen», einer «kontroversen (ambivalenten)» und einer «neutralen» Tonalität unterschieden. «Neutral» bedeutet nicht, dass die Medien «neutral» im Sinne von «ausgewogen» in einem Beitrag sowohl Pro- als auch Kontra-Akteuren Resonanz erteilen (= «kontrovers»), sondern bezeichnet Beiträge, in denen keine Argumente vermittelt werden (z.B. Deskription von Umfrageergebnissen) und/oder in denen Zusatzinformationen geliefert werden, deren Tonalität gegenüber der Vorlage unklar ist (z.B. deskriptive Auflistung der gesetzlichen Regelungen in Nachbarstaaten). In stärkster Form zeigt sich die Tonalität bei Aussagen, die explizit eine Abstimmungsempfehlung beinhalten. Daneben zeigt sich die Tonalität aber auch bei Aussagen

- zur «Grundproblematik» einer Vorlage (z.B. Beiträge, die das Defizit der AHV problematisieren – «positiv» bei Steuerreform);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass die Schweiz bei einem Nein zur Staf-Vorlage auf eine «schwarze Liste» der OECD käme – «positiv» bei Steuerreform);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die

Befürworter würden eine übertriebene Kampagne betreiben – «negativ» bei der Waffenrichtlinie);

- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für wirksame Kampagnen-Führung der Befürworter – «positiv» bei der Steuerreform);
- bei zugespitzten Aussagen über die Akzeptanz der Vorlagen gemessen an Meinungsumfragen, mit Thematisierung der Auswirkungen auf die Kampagnenführung und die Erfolgschancen (z.B. «XY erleidet Schiffbruch und Befürworter sind nervös» – «negativ» bei der Waffenrichtlinie).

Der Tonalitäts-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Beiträge mit positiver Tonalität minus Anzahl Beiträge mit negativer Tonalität) geteilt durch Anzahl alle Beiträge multipliziert mit 100.

Für jeden Beitrag wird bestimmt, ob die Tonalität primär über die Medien selbst bestimmt wird («Medium»), primär über Akteure, die in den Medien zu Wort kommen («Akteure»), oder mehr oder minder gleichgewichtet durch Medien und Akteure («Medium und Akteure»). Eine medienbestimmte Tonalität lässt sich in stärkster Form in Kommentaren und Leitartikeln erkennen, aber auch bei (Hintergrund-)Berichten, bei denen das Medium Bewertungen einspeist («Medium»). Hier unterscheiden wir zwischen expliziten Positionierungen des Mediums (explizite Empfehlung, eine Vorlage an- oder abzulehnen) und impliziten Positionierungen (z.B. Bestätigung der Grundproblematik einer Initiative). Daneben erfassen wir diejenigen Fälle, in denen zwar Akteure ihre Positionen einspeisen, die Medien aber diese Akteure und/oder Positionen ebenfalls prominent bewerten («Medium und Akteure»). Fälle einer primär akteursbestimmten Tonalität sind Gastbeiträge von Akteuren, Interviews und «vermeldende» Berichte über die Stellungnahmen von Akteuren («Akteure»).

AKTEURE UND AKZEPTANZ

Für jeden Beitrag und pro Vorlage werden die maximal drei resonanzstärksten Akteure sowie deren Positionierung gegenüber der Vorlage bestimmt (Akzeptanz). Der Akzeptanz-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Aussagen Akteur A mit positiver Positionierung minus Anzahl Aussagen Akteur A mit negativer Positionierung) geteilt durch Anzahl alle Aussagen Akteur A multipliziert mit 100. In den Grafiken werden jeweils nur die wichtigsten Akteursgruppen dargestellt; daher ergeben die Prozentwerte (Resonanz) der dargestellten Akteure aufsummiert nicht 100%.

MEDIENSAMPLE

Das Mediensample besteht aus 15 Newssites (Online-Auftritten) von Zeitungen, 6 Sonntags- resp. Magazintiteln (Print) und 5 Titeln der SRG aus der Deutschschweiz und der Suisse romande, die jeweils als SRF resp. RTS zusammengefasst werden. Weil das Mediensample seit Sommer 2018 vor allem Newssites statt gedruckte Zeitungen umfasst, sind die Resultate nicht direkt vergleichbar mit den Resultaten des Abstimmungsmonitors zu den Vorlagen von März 2013 bis Juni 2018. Sie sind aber direkt vergleichbar mit den Vorlagen vom September 2018.

Newssites Abonnement: 24 heures, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Le Temps, Luzerner Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, Südostschweiz, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève

Newssites Boulevard- und Pendlermedien: 20 Minuten, 20 minutes, Blick, Blick am Abend, Le Matin

Sonntagszeitungen / Magazine (Print): Le Matin Dimanche, NZZ am Sonntag, SonntagsBlick, SonntagsZeitung, Schweiz am Wochenende, Weltwoche

Titel SRG: SRF: 10vor10, srf.ch/news (Online), Tagesschau; RTS: Le Journal, rts.ch/info (Online)